

DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUALITATIVOS

El diseño de instrumentos de recolección de datos cualitativos es el proceso de crear las “herramientas” para obtener la información deseada de las personas. Estos diseños incluyen guías de entrevista, guiones para grupos de enfoque, listas de observación, preguntas para paneles de consumidores, etc. No son cuestionarios con casillas y números, sino esquemas de preguntas abiertas y temas que ayudan a que la gente hable, cuente, explique y ejemplifique.

Entre los principales instrumentos tenemos:

- Guía de entrevista en profundidad.
- Guion para grupo de focus group.
- Lista o formato para observación.
- Guía para panel de consumidores.

Con estos instrumentos se pretende abrir la conversación.

Guía de entrevista

La entrevista es un documento que contiene temas y preguntas abiertas que el entrevistador usará como “ruta” durante la conversación. No es un cuestionario rígido; el entrevistador puede:

- Cambiar el orden.
- Profundizar en lo que el entrevistado diga.
- Agregar preguntas espontáneas (por ejemplo: “¿me puedes contar más sobre eso?”).

¿Cómo diseñar una guía de entrevista?

1. Introducción

- Breve presentación del estudio.
- Asegurar confidencialidad.
- Explicar duración e intención (por ejemplo: “no hay respuestas buenas o malas”).

2. Preguntas de calentamiento

Deben ser simples y generales, para que la persona se sienta cómoda. Por ejemplo: “Cuéntame un poco de ti”, “¿Usas con frecuencia servicios de comida a domicilio?”

3. Bloques temáticos principales

Cada bloque se relaciona con un objetivo del estudio. Dentro de cada bloque se incluyen preguntas abiertas:

- a. Experiencias (“Cuéntame cómo fue la última vez que...”)
- b. Opiniones (“¿Qué piensas de...?”)
- c. Motivaciones (“¿Por qué prefieres...?”)
- d. Emociones (“¿Cómo te sentiste cuando...?”)

4. Preguntas de cierre

- “¿Hay algo más que quieras agregar?”
- “Si pudieras cambiar algo del servicio, ¿qué sería?”

Recomendaciones de diseño de la entrevista:

- Usar lenguaje sencillo, sin términos técnicos.
- Preguntas abiertas, no incluir aquellas que den como respuesta SI - NO
- Evitar preguntas que sugieran la respuesta.
 - Incorrecto: “¿Te parece excelente nuestro servicio, verdad?”
 - Correcto: “¿Cómo describirías el servicio que recibes?”
- Incluir preguntas de sondeo:
 - “¿Me puedes dar un ejemplo?”
 - “¿Qué fue lo que más te molestó?”

Guiones para focus group

Este instrumento sirve para guiar la discusión en grupo (6-8 personas) sobre el tema elegido o a investigar. Es variado, puede ser que se quiera conocer la percepción hacia una marca, un producto, un concepto de campaña, etcétera.

Por lo general, siguen esta estructura:

1. Bienvenida e instrucciones

- Presentación de la dinámica.
- Explicar reglas básicas: respeto, solo una persona habla a la vez, confidencialidad.

2. Dinámica de presentación

- Preguntas simples para romper el hielo. Por ejemplo: “Díganme su nombre y mencionen qué producto de esta categoría usan más.”

3. Bloques temáticos (de lo general a lo específico):

- a. Conocimiento y uso de la categoría.
- b. Preferencias de marca.
- c. Percepción de la marca en estudio.
- d. Reacciones a un nuevo producto o campaña (si aplica). Aquí se diseñan preguntas como:
 - “Cuando piensan en cafeterías, ¿qué nombres vienen a su mente?”
 - “¿Qué hace que elijan una cafetería y no otra?”
 - “¿Qué opinan de esta propuesta de logo/envase?”

4. Cierre

- Preguntar por recomendaciones finales.
- Agradecer la participación.

Detalles a considerar:

- El instrumento incluye tiempos estimados por bloque.
- Puede incorporar material de apoyo: imágenes de envases, anuncios, prototipos.
- Prevé preguntas de seguimiento: “¿Quién está de acuerdo? ¿Quién no y por qué?”.

Instrumentos para observación

En la observación cualitativa el instrumento suele ser una lista de aspectos a observar o un formato donde el investigador anota lo que ve.

Los pasos a seguir son:

1. Definición del escenario:

- Dónde se observará: tienda, restaurante, transporte, etcétera.
- Cuándo: día, hora, duración.

2. Lista de elementos a observar:

a) Comportamientos:

- ¿Qué hacen primero al entrar?
- ¿Cuánto tiempo permanecen en cierta área?

b) Interacciones:

- ¿Piden ayuda al personal?
- ¿Usan el celular mientras compran?

c) Expresiones o reacciones:

- Gestos de satisfacción, frustración, duda.

3. Formato de registro:

Campos para: fecha, hora, lugar, descripción del comportamiento, comentarios del investigador.

El diseño del instrumento debe permitir capturar detalles, no solo “sí/no”, también se pueden dejar espacios amplios para describir situaciones, por ejemplo: “Describa lo que hizo el cliente desde que entró hasta que salió de la tienda”.

Guías para paneles de consumidores

Un panel cualitativo de consumidores es un grupo de personas que se sigue durante un periodo, recogiendo su opinión en varias sesiones o momentos.

El instrumento incluye:

- Temas clave para cada encuentro o diario de consumo.
- Instrucciones sobre qué deben registrar:
 - Cuándo usan el producto.
 - Qué les gustó o disgustó.
 - Comparaciones con otras marcas.

Puede tomar forma de:

- Cuaderno de bitácora con preguntas abiertas.
- Guía para entrevistas periódicas.

Antes de usar cualquier instrumento de manera formal, se recomienda probarlo con una o dos personas que sean similares a la muestra real. En esa prueba nos damos cuenta si se entienden las preguntas, si el orden de los temas resulta lógico y si efectivamente aparecen los temas que interesa explorar.

Con base en lo que se detecte en esta prueba piloto se pueden realizar ajustes como: modificar el lenguaje para hacerlo más claro, agregar o eliminar preguntas según sea necesario y ajustar los tiempos previstos para cada parte del instrumento.

Referencia:

Monje Álvarez, Carlos Arturo. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Universidad Surcolombiana. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Useche, M. et al. (2010). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Universidad de la Guajira. Recuperado de: <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/server/api/core/bitstreams/58ae17e3-11a9-4f4a-be08-ec7839528f01/content>